

中毒事件から2年

冷凍ギョーザ

食卓に復帰

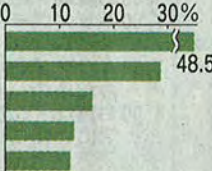
中国製冷凍ギョーザの中毒事件が発覚してから30日で2年。冷凍ギョーザが食卓に戻りつつある。日本経済新聞の調査では、事件後に冷凍ギョーザの購入を控えた人の8割近くが購入を再開したり、回数を増やしたりしている。中国産への警戒感依然強いが「調理が楽」「価格が安い」などの理由が後押しし、市場規模も2010年度は事件前の水準に戻りそうだ。



「簡単・安い」支持厚く 8割が購入拡大

冷凍ギョーザの購入を増やし始めた、もしくは再開した理由(複数回答)

中国製でなければ問題ない
手作りよりも調理が楽
手作りや出来合いより安い
企業の安全対策を信頼
自宅で料理する機会が増えた



「事件後1年間は冷凍ギョーザは食べていなかったけど、安全検査も強化されているので国産なら。1月下旬、食品スーパーのいなげや練馬上石神井南店(東京・練馬)。



冷凍ギョーザの市場規模は10年度には事件前の水準に戻りそう(東京都練馬区のいなげや練馬上石神井南店)

30代の主婦はパッケージの裏面を眺めた。いなげやでは08年4月〜09年3月の冷凍ギョーザは前年同期に比べて25%売上が落ちたが、09年4〜12月は9%増。サミットも09年は34%伸びた。生協も「09年度の売上高は伸びている」(コープネット事業連合)。市場シェア首位の味の素冷凍食品の調べでは、冷凍ギョーザの市場規模は08年度に170億円と、07年度比で20億円減少。だが09年度上半期は17%増、通期で180億円強に回復する見込みだ。

同2位「大阪王将」ブランドのイトアイト(大阪市)は「消費者が製造者への信頼を持ち直した。自宅で料理する人が増えたことも大きい」。09年は08年の2倍の売れ行きで、事件前の水準を

▼中国製冷凍ギョーザの中毒事件 2008年1月30日、日本たばこ産業(JTI)子会社のジェイティブースが中国から輸入した冷凍ギョーザを食べた兵庫、千葉県の10人に中毒症状が出たこと

は08年度に170億円と、07年度比で20億円減少。だが09年度上半期は17%増、通期で180億円強に回復する見込みだ。

その理由は「中国産でなければ問題ないと考えられるようになった」が最も多く49%。中国産への抵抗感はなくなったわけではない。ただ現在市場に出回っている商品は、一部原料の原産地は中国だが、商品として中国産をうたうものはほとんど見あたらなくなった。

次いで「手作りよりも

調理が楽」「手作りや出来合いよりも安い」。日経POS(販売時点情報管理)データによると、冷凍ギョーザ1個あたりの店頭平均価格は20円前後。中華料理店などが販売する持ち帰りギョーザの多くは30〜40円台だ。

手作りの場合、野菜や豚肉の価格によるが、20円から大幅に安くはなりにくく、手間を考慮すると冷凍ギョーザを見直す人も多そうだ。いなげやで買い物をしていた別の女性は「手作りだと皮か具のどちらかが余ってほしいないので、冷凍を『買』と話した。」

◇ 調査はマクロミルに依頼し、20〜60代の1000人を対象に1月22〜25日にインターネットで実施した。